

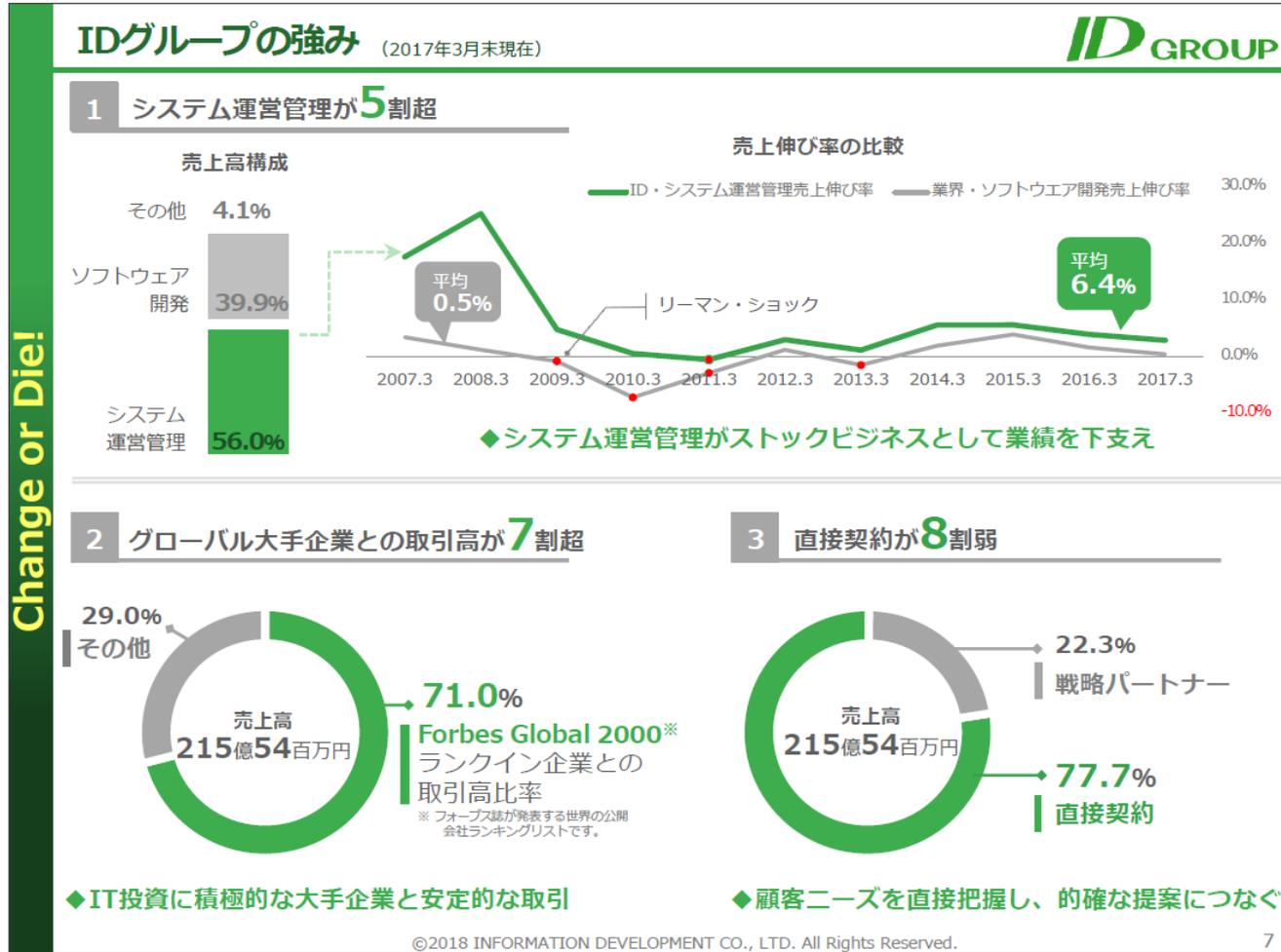
第 5 回

IRグッドビジュアル賞 受賞事例



(掲載は証券コード順)

2018年4月
IRグッドビジュアル賞 実行委員会



<審査員コメントより>

- シンプルで良い。市場平均との比較もわかりやすい。
- デザインは洗練されていて、かつ見やすいです。3つのポイントを上手く表現していると思います。
- 収益基盤をわかりやすく示し、同社の強みを簡潔に伝えようとしている。
- 3つの強みがわかりやすく、数字の裏付けがあるのが良い。配色を抑えて効果的な色使い。
- この強みを活かしてどのように利益率向上を実現（しようと）しているのか、端的でもよいので記載するとさらに良くなる。



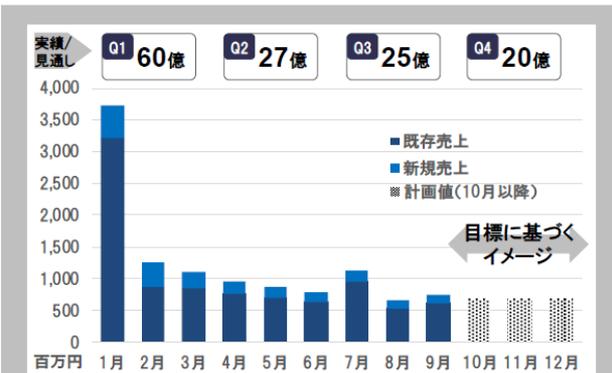
POLA

リンクルショット メディカル セラムの販売状況



修正年間目標125億円を上回るペース、顧客構造強化にも貢献
 9月累計実績 約80万個、約112億円（修正計画比 +6% / 当初計画比 +30%以上）

■ 販売状況について



チャネル	112億円 構成比 (金額ベース)	事業	比率
チャネル	112億円 構成比 (金額ベース)	TB事業(PB店など)	85%
		百貨店事業	15%
		インバウンド	17%

波及効果 想定していたカニバリは下回る一方で、クロスセルに波及しポーラブランドの増収に大きく貢献

■ 顧客構造強化について

リンクルショットの発売は単品ヒットにとどまらず、ポーラ全体の継続性を伴った成長に大きく貢献

■ 新規顧客

リンクル新規顧客のクロスセル比率

60%超
(上期は50%台)
※比率は人数ベース

クロスセル購入品目は、最高峰シリーズB.Aや美容健康食品

結果、新規顧客の購入単価は全顧客より高い増加率

コアターゲットの獲得を実現

■ 既存顧客

既存顧客の購入単価

+10%超
(前期は前年並み)

B.Aやホワイトショット、APEXなど主カシリーズも二桁に近い伸長率

スリーパーの掘り起こし、既存顧客の活性化に寄与

<審査員コメントより>

- 情報量が多いわりにスッキリ見えますし、強弱のつけ方も良いです。渾身の一枚だと伝わりました。
- 競合の目もあろうに自社製品の販売状況をこれだけ深掘りして公表するのは立派。2年連続受賞に値する。
- 豊富な情報をうまく整理しレイアウト。月次売上高の既存・新規の色わけと、チャネルのビジュアル化にひと工夫を。
- 投資家の関心の高いヒット商品の販売状況をコンパクトに示している。会社全体の継続成長への貢献もわかりやすい。
- 新商品の販売状況や関連情報をコンパクトにわかりやすくまとめている。効果的な色使いを含め、文字の処理もよい。

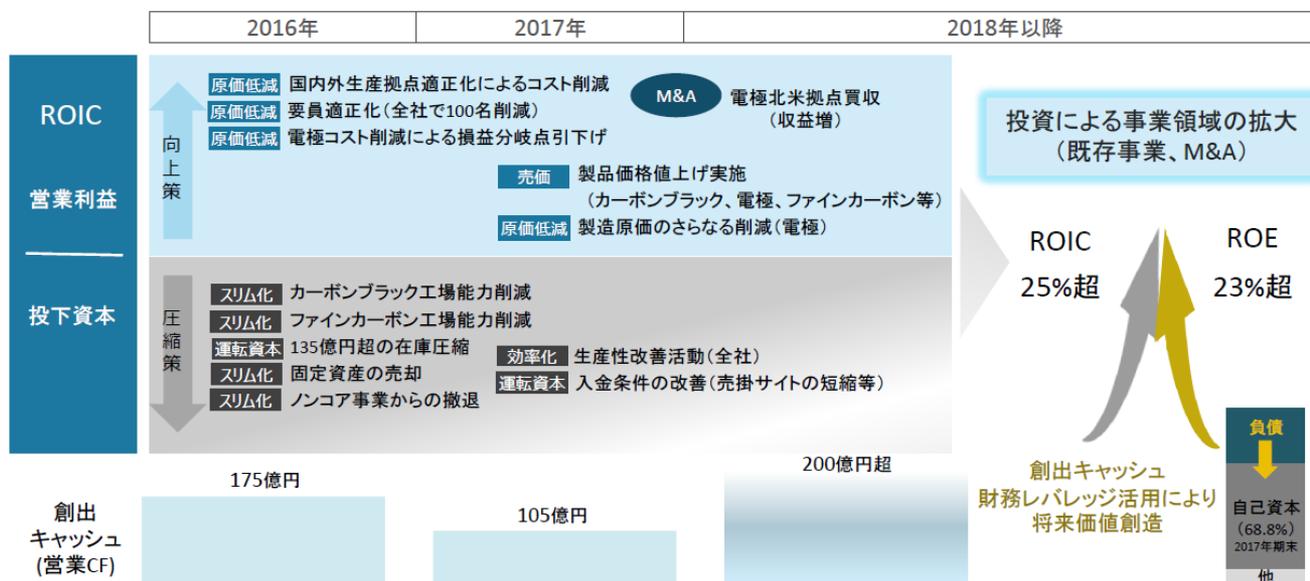


T-2018 その先へ

37

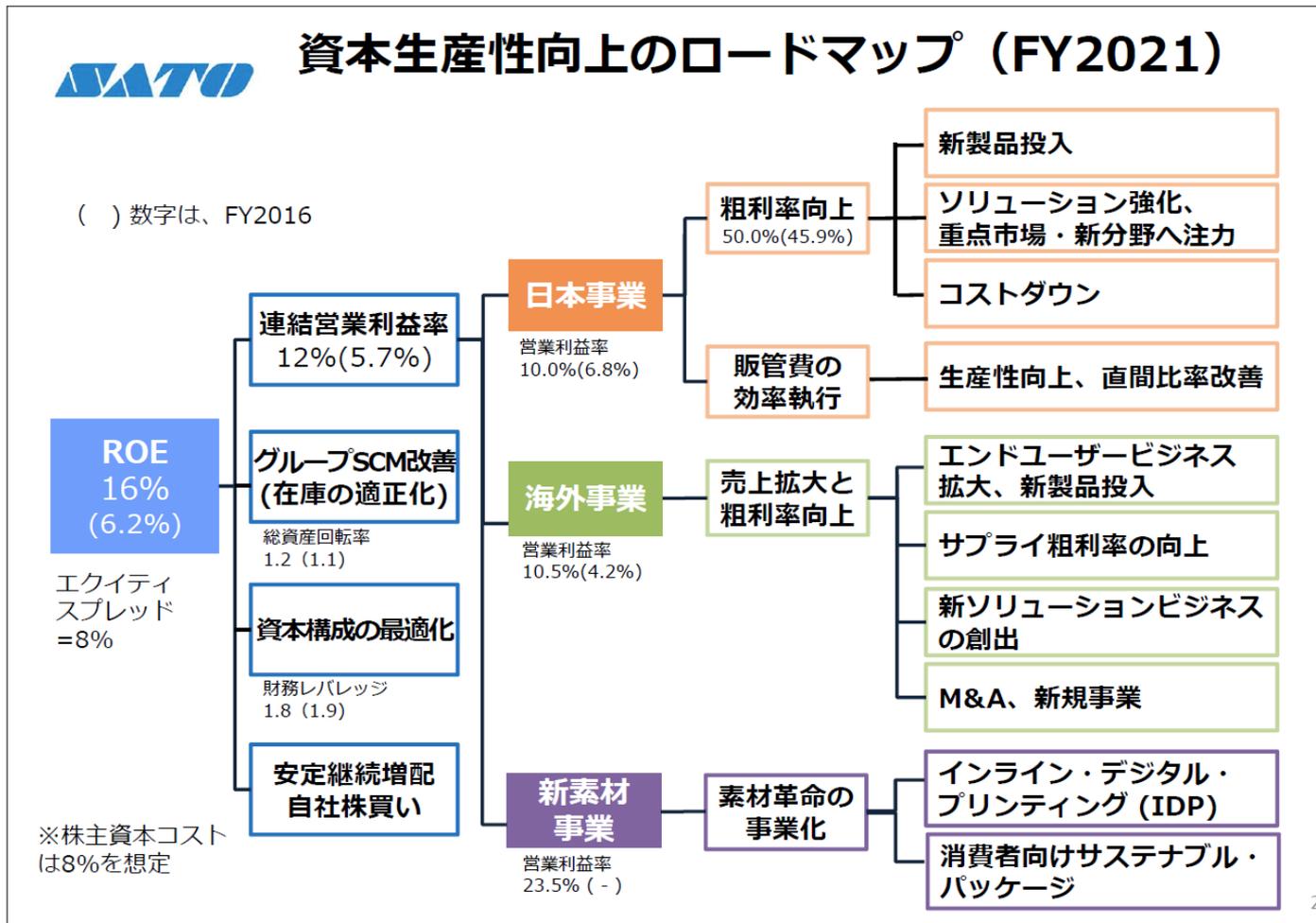
T-2018 その先へ

- 中期経営計画では「構造改革」を中心にROIC向上に取り組み体質変革
- 2018年以降は本業より創出するキャッシュと財務レバレッジ活用により、事業領域拡大を目指す



<審査員コメントより>

- ROIC、ROEに言及しているのは素晴らしい。分母分子が明確にわかるようにするとなお良い。
- シンプルで綺麗なレイアウト。全体的に色ベタが多いのでもう少しベタ色を少なくするとよりスッキリします。
- 資本生産性を高めるために、分子の拡大と分母のスリム化をどのように実施してきたかがよくわかる。
- 多い情報をうまくまとめ、配色・構成も上手。タイトルやリード文も秀逸。ROICとROEに過去との比較があればなお可。
- 丁寧な作り。ROICの分解はたまにあるが時系列に並べるのは珍しい。最近の状況しかないが歴史も知りたくなる。



<審査員コメントより>

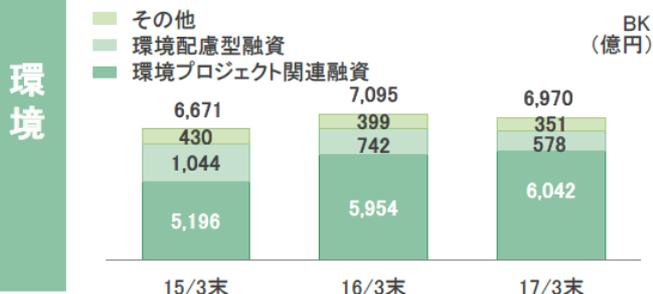
- ROE向上への道筋がわかり易く因数分解されていて、メッセージがパワフル。配色が上手。各項目をうまくまとめている。
- シンプルで良い。ROEと資本コストに言及している。PL項目を整理して、BS、株主還元についても表示できればなお良い。
- ROE目標値達成につながる営業利益率の向上への道筋を、事業ごとにドリルダウンして示している。とくに日本事業は、営業効率と生産効率に分けてあり、ここから対話が始めやすいと思う。色の使い方も考えている。
- 営業利益率を上げる施策だけだが、全部書くと冗長になるのでこれでいい。OP向上策ということで意味のある一枚。



環境・社会への取り組み

環境関連ファイナンスを通じ、金融の面から持続可能な社会の発展に貢献

環境関連ファイナンス残高



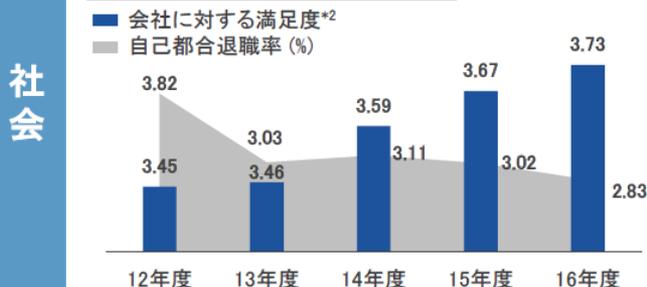
グリーンボンド発行(2017年10月)

<仕組み>



すべての社員の活躍促進とエンゲージメントを向上

従業員満足度の推移



項目	数値目標	達成時期	17年7月
海外*3 外国人ナショナルスタッフ管理職比率	50%		41%
女性管理職比率	10%		8%
国内*4 女性管理職比率	部長相当職	2019年7月	4%
	課長相当職以上		12%
	係長相当職以上		24%
男性育児休業取得率	100%	2018年度	23%

*1: 環境に配慮したプロジェクト *2: 従業員意識調査において「会社に対する満足度」を1～5段階で回答した平均値 *3: BK *4: FG・BK・TB・SC合算



<審査員コメントより>

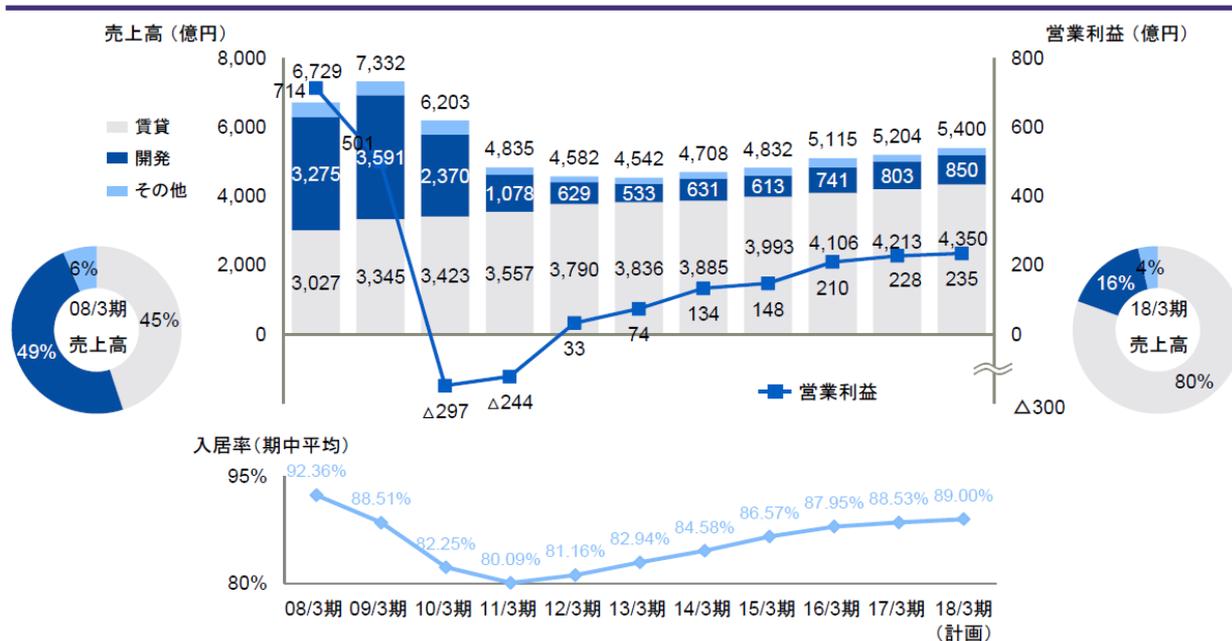
- 毎回違った旬の話題を取り上げる姿勢は好感が持てる。ESG開示のグッドプラクティスとして紹介したい一枚。
- ESGのKPIのチャレンジは素晴らしい。これが好事例として紹介され、数年後にはこういう開示が一般的になればいい。
- 構成要素が多いが上手くまとめられている。シンプルで読み易い。環境のグラフは色が近いので区分線で見やすくして。
- 金融とは一般的に親和性が低そうな「環境」と、成果を定量化しにくい「社会」への取組みを具体的に示そうという意欲。
- 絞り込みが難しいESGの取組みをうまくまとめた好例。右下の図は実績を左、目標を右にする方が自然か。



1-2-1:レオパレス21の業績推移

リーマンショックによる入居率・貸出家賃の低迷およびローン審査厳格化によるアパート新規供給の急減により、2期連続の営業損失を計上。中長期的に安定的な収益体質を目指して、賃貸原価削減等の事業構造改革に着手。前中期経営計画期間で構造改革を完了し、新たな成長分野の基盤構築を推進中。

業績推移



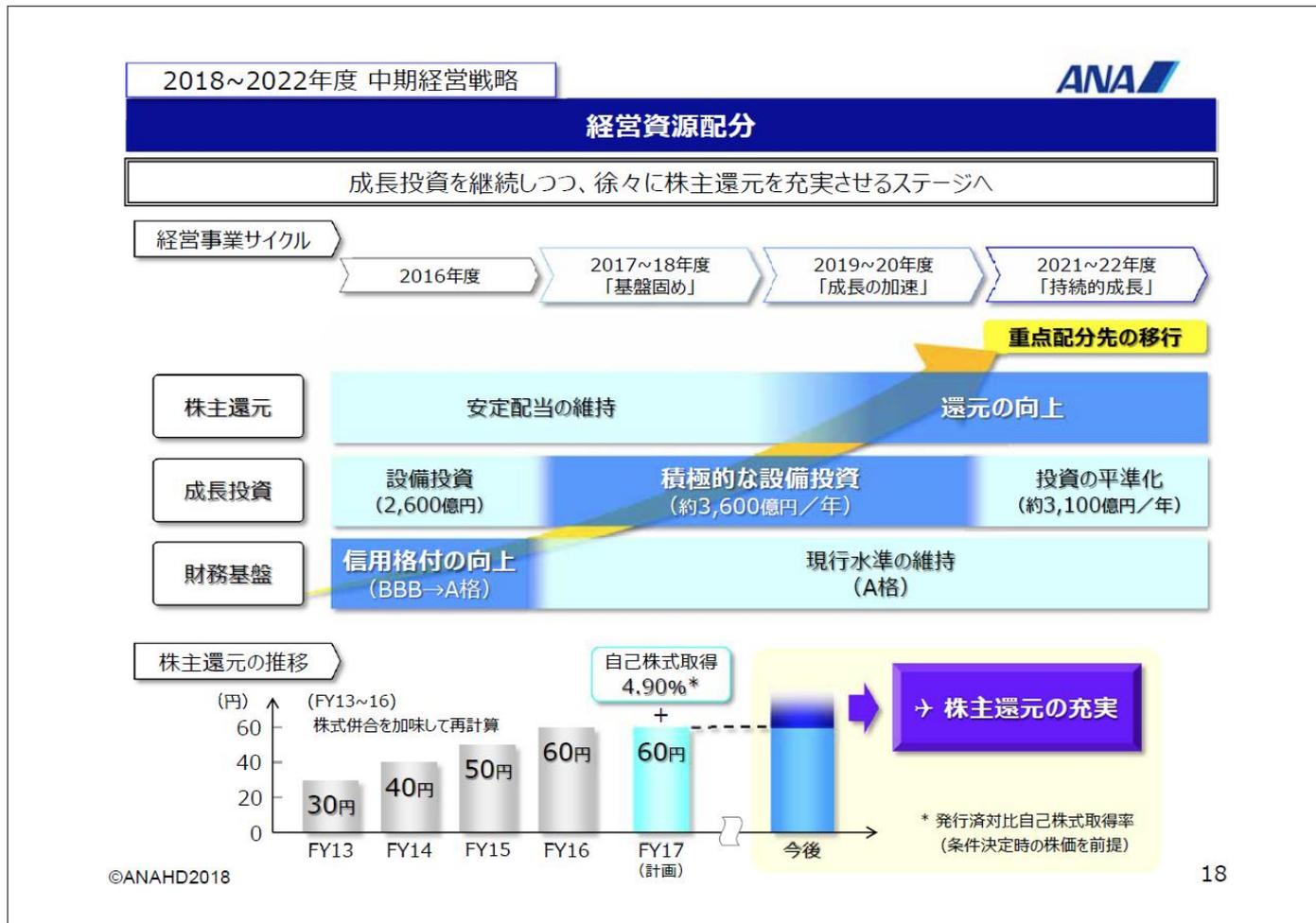
*17/3（実績）は新セグメントに洗い替え



創造力で、さらに前へ。

<審査員コメントより>

- 長期業績のグラフはオーソドックスだが、最重要KPIである入居率を営業利益率の回復とうまく結びつけて表現している。
- 10年前と現在の売上構成の円グラフの対比がいい。長期で事業構造を変えてきた経緯が一目瞭然。こういう資料を見たい。
- 単なる業績推移でなく、売上構成の変化がわかる点を評価。事業の中身を変えていこうという力を感じる。
- 変化の背景をディスカッションしたくなる貴重な一枚。ただグレーが薄すぎて青の減少のほうが目立つ。濃度を上げて。
- 10年間の売上構成の変化、入居率上昇、利益の質の変化をうまく表現している。上部の文章は三行に分けた方がいい。



<審査員コメントより>

- 約10年をかけて財務基盤の安定化から成長投資の加速、株主還元の充実--といった方向で重点的な資金配分先を考えていることがよくわかる。それを示す図や色の使い方が効果的。金額や格付けがあることも具体性を高めている。
- とてもうまくまとまっている。数字とセットで語られている点も好感が持てる。
- 経営資源配分を一枚でまとめて素晴らしい。成長投資のピークアウトと株主還元の充実がもう少し連動できればなお良い。
- 「情報を削ぎ落とし」ながらも不足なくコンパクトに入れ込んでいる。各項目の実施時期が一見でわかる工夫も上手。